



Empowered lives.
Resilient nations.



Termes de Référence

Recrutement d'un prestataire de services pour la campagne nationale médiatique et la mise en œuvre du plan et stratégie de communication du « Dialogue national pour une économie inclusive et porteuse de paix »

Domaine d'intervention :	Information, Technologie et Communication
Langues demandées :	Français et créole
Type de contrat :	Contrat de services
Lieu d'affectation :	Port-au-Prince
Durée du contrat :	9 mois

I. Contexte et Justification

Le Programme « Dialogue National pour une économie inclusive et porteuse de paix » soutenu financièrement par le Peace Building Fund (PBF), demeure une initiative du Secrétariat Général pour la Consolidation de la Paix et il est exécuté par le PNUD, agence lead en concertation avec l'OIT, avec l'appui du Secrétariat du PBF et le Bureau du Coordonnateur Résident (BCR) en Haïti.

Le gouvernement haïtien a en effet manifesté son adhésion au programme et l'engagement des ministères tels que le MEF, le MPCE et le MAST sont certes déterminants pour sa réussite.

L'appropriation par la société civile est en effet primordiale, à travers la participation d'organisations de la société civile, un ensemble d'entre elles ont participé d'ailleurs à une série de consultations et leurs suggestions recueillies tout au début à l'étape de la formulation de la proposition. On peut citer ISC, Group Croissance, Policite etc. Le secteur privé des affaires, représenté par des entités formelles comme l'ADIIH, la Chambre de commerce haïtiano-canadienne, la Chambre des métiers et de l'artisanat et les représentants des travailleurs, y compris CTSP, CTH, CSH, MSTs, BO, CATH et CNOHA, sont aussi des organisations clés pour faire avancer le dialogue social.

Après maints constats un dialogue social et économique s'impose comme un des fondamentaux de la stabilité, de la paix, de la justice et cohésion sociales mais aussi se révèle une condition nécessaire pour le développement économique inclusif, résilient et durable, eu égard des aléas de la conjoncture politique, économique et de l'apparition d'une nouvelle génération de droits économiques, sociaux et culturels de plus en plus affirmés.

Aussi est-il opportun de favoriser un dialogue multi-acteurs et multi-niveaux pour comprendre le contexte socio-économique marqué par l'absence d'une économie inclusive et l'aggravation des inégalités perceptible à l'aune d'un ensemble d'indicateurs. Quel que soit l'indicateur utilisé (*coefficient de Gini, etc.*), il fait apparaître de grandes disparités voire une certaine dichotomie entre les intérêts des strates de la société, tout semble indiquer qu'il y a une impérieuse nécessité de concevoir de nouvelles politiques publiques susceptibles d'atténuer les effets pervers passant par une meilleure réglementation des questions économiques, empreinte d'équité et de justice sociale. Les risques de perversion du modèle économique sont certes grands et le recours de plus en plus à l'instrumentalisation de la violence et de l'insécurité en tant que modalités d'expression politique.

De plus les deux priorités que sont une « économie performante, juste, inclusive et porteuse de paix » et « l'égalité genre » par exemple, sont certes tout à fait compatibles et devront être promues au sein du « dialogue national » qui place les fondements structurels d'une économie génératrice d'inégalités et d'exclusions au centre des débats. La gouvernance démocratique redevable et la transformation économique représentent les 2 piliers stratégiques et prioritaires du CPD sur la période 2023-2027 et une des voies préconisées pour le renforcement des moyens de mise en œuvre est par ailleurs la définition de nouveaux partenariats entre acteurs à plusieurs niveaux, national et international.

Ce projet vise la consolidation de la paix en conduisant un dialogue participatif, franc et sincère, incluant surtout les jeunes, les femmes par le biais d'un forum susceptible de poser des questions spécifiques, de faire des diagnostics consensuels et d'apporter des réponses pragmatiques et novatrices à leurs nombreuses préoccupations, ceci à travers plusieurs sessions de dialogue organisées en concertation avec plusieurs parties prenantes (Gouvernement, Société Civile, les PTF, les Partenaires Sociaux, Organisations confessionnelles, etc....)

Pour y parvenir les résultats attendus sont :

- Résultat 1 : Les différents secteurs de la société s'approprient la nécessité et la méthodologie du dialogue national sur l'impératif de réforme du modèle, de la gestion et de la gouvernance économique comme fondation d'un nouveau contrat social et de vecteur de paix ;
- Résultat 2 : Un dialogue effectif sur les chantiers prioritaires de réforme dans le cadre du Forum représentatif et démocratique se tient en s'appuyant sur des analyses économiques inclusives et multidisciplinaires solides ;
- Résultat 3 : Les parties prenantes, et y compris les élites économiques du pays, reconnaissent la nécessité de changer de paradigme économique et s'engagent à contribuer aux réformes.

C'est en tout cas une des premières étapes en vue de l'institutionnalisation du dialogue social tant espérée, en cherchant sur le moment les synergies et en veillant aussi bien à l'instauration de mécanismes du dialogue sur les plans national, sectoriel et territorial.

II. Objectifs de la mission

Objectifs de l'appel à proposition :

Ces Termes de Référence décrivent les conditions techniques et modalités pour le recrutement d'un prestataire de services pour la réalisation d'une campagne médiatique nationale à travers la mise en œuvre de la stratégie et plan de communication du projet élaboré en la matière.

L'objectif de cet appel est donc de trouver des éléments explicatifs via une proposition technique et un plan d'actions pertinents pour la mise en œuvre de la stratégie de communication élaborée en concertation avec les parties prenantes clés du projet. Cette stratégie a été en outre validée par le Comité Technique Multipartite (CTM) du Dialogue National.

L'approche retenue devrait tenir compte du contexte géographique et environnemental, socio-culturel, économique et politique du pays (Voir découpage en 4 blocs ; *Ouest et son agglomération, Grand Nord, Grand Sud et Boucle Centre-Artibonite*). Mais aussi le recours aux moyens digitaux et TIC et enfin la priorisation des jeunes et femmes parmi les groupes cibles du processus.

III. MISSION DU PRESTATAIRE ET CONSISTANCE DE L'EXPERTISE.

Le Prestataire devra présenter des éléments conceptuels spécifiques et originaux en lien avec la mission.

Le Prestataire sera responsable de la communication avant, *pendant et après* les sessions du forum telle que décrite dans le plan d'actions. Il devra exécuter les tâches suivantes :

- Porter les parties prenantes à bien comprendre l'initiative du Dialogue national et à jouer leur rôle dans la conduite du programme ;
- Faciliter l'adhésion des représentants gouvernementaux au processus en cours et identifier avec eux les besoins d'appui pour la diffusion de l'information et les préparatifs du Dialogue auprès d'un public cible « Jeunes et femme » en particulier et auprès tous ceux objectivement présentant un intérêt ;
- Sensibiliser le secteur privé des affaires à la nécessité d'un changement de paradigme et à l'indispensable effort national pour le développement durable d'Haïti ;
- Formuler des éléments narratifs pour la justification d'un dialogue tout en suscitant un engagement des principaux acteurs des milieux politiques et du secteur privé des affaires ;
- Communiquer sur la nécessité d'un dialogue social et économique en tant qu'un des fondamentaux de la stabilité, de la paix et de la cohésion sociale mais aussi en tant que condition nécessaire pour le développement économique inclusif résilient et durable, eu égard des aléas de la conjoncture politique, économique et de l'apparition d'une nouvelle génération de droits économiques, sociaux et culturels de plus en plus affirmés ;
- Positionner tant le Dialogue national et les recommandations qui en seront issues comme un enjeu d'importance aussi bien dans une démarche de réformes de la gouvernance économique et sociale mais aussi bien pour le renforcement que pour la refondation de l'Etat dans le débat politique et électoral ;
- Tenir le grand public informé aussi bien sur les thématiques à débattre lors des sessions du forum que sur les grandes conclusions, recommandations et particulièrement les grands résultats des rapports des sessions via différentes plateformes ;
- Contribuer à une évolution positive de l'opinion publique sur la base des tendances observées à travers les enquêtes d'opinion.

IV. Composition de l'équipe et Compétences requises

Le soumissionnaire devra présenter une équipe composée des profils et compétences pertinentes pour l'exécution de la mission. Il sera demandé une description des profils et aussi des expériences spécifiques acquises en lien avec la mission. Le soumissionnaire devra présenter une combinaison de compétences et d'expériences apte à :

- Avoir conduit des campagnes médiatiques intégrées en gérant efficacement différents canaux de communication auprès des publics cibles de jeunes et de femmes ;
- Avoir conduit des campagnes médiatiques nationales en recourant aux outils de collecte de données, gestion de base client et les stratégies marketing nécessaires ;
- Avoir collaboré à *ou* élaboré des stratégies de campagne médiatique et son contenu, et aussi adapté à chaque canal de communication ;
- Avoir conduit des analyses marketing ou statistiques afin d'améliorer l'impact d'une campagne médiatique ;

- Avoir géré des communautés sur les réseaux sociaux ou assuré l'animation de ces communautés via les plateformes internet ;
- Avoir conduit ou coordonné auparavant des enquêtes de perception ou d'opinions, des sondages etc...
- Expérience de travail avec les leaders communautaires, et les leaders religieux, le gouvernement, la société civile, les ONG Internationales réputées et les institutions multilatérales, le secteur privé des affaires et les syndicats ;
- Avoir une expérience prouvée en Haïti dans des campagnes similaires.

V. Conduite de la mission et livrables attendus

a) Conduite de la mission et délai d'exécution

Le prestataire retenu devra proposer un plan d'activités pour la mise en œuvre de la stratégie de communication validée. L'équipe de gestion du projet mettra à la disposition du consultant toute la documentation utile à sa mission.

Le soumissionnaire devra présenter un chronogramme détaillé de son intervention proposée en incluant les dates de tous les éléments suivants :

- Lancement de la campagne médiatique nationale
- Réalisations des activités médiatiques selon les 3 moments clés du forum (*avant, pendant et après sessions*)
- Activités de clôture

Une version temporaire du plan d'actions sera communiquée et présentée à l'équipe de gestion du projet pour discussion. Le prestataire disposera d'une semaine (5 jours ouvrables) pour intégrer les modifications / compléments éventuels demandés par l'équipe afin de présenter la version finale et revue du plan d'actions.

Il est important de signaler que la campagne de sensibilisation devra être conduite sur toutes les régions du pays avec des supports médiatiques adaptés au contexte géographique et socio-culturel.

Le chronogramme sera ensuite rediscuté en détails entre le soumissionnaire retenu et l'équipe du projet

b) Livrables attendus

- Le plan d'actions révisé de la stratégie de communication du dialogue national.
- La conduite d'une campagne de sensibilisation via différents supports médiatiques et communicationnels.
- Les rapports trimestriels sur la campagne nationale de sensibilisation (*3 au moins*)
- Les enquêtes de satisfaction liées à la campagne de sensibilisation en amont et en aval des sessions du forum national.
- Le rapport final de clôture de la campagne nationale de sensibilisation.

c) Modalités d'exécution

Le prestataire aura la responsabilité de proposer un plan d'actions révisé et actualisé de la stratégie de communication validée par le Comité Technique Multipartite du Dialogue National. Il prendra le soin de proposer des activités de sensibilisation vers le public cible des jeunes et des femmes.

Le prestataire travaillera sous la direction du chef de projet et du responsable communication au PNUD et en concertation avec les services de communication des ministères chefs de file.

VI. PROCEDURE DE SOUMISSION :

Les soumissions doivent inclure :

a) Une offre technique comprenant :

- Description de l'entreprise/agence, de ses compétences et ses références.
- Note méthodologique expliquant l'approche proposée pour l'exécution de la mission selon ces TdRs.
- Plan de travail et/ou calendrier d'exécution ou de réalisation de la mission.
- CV de tous les membres de l'équipe proposée et pour chacun.e le poste qu'il ou elle occupera

b) Une offre financière

L'offre financière doit être forfaitaire pour la réalisation des livrables attendus. Elle doit être exprimée en HTG et Hors Taxes et doit comprendre l'ensemble des frais nécessaires à la réalisation de la mission.

L'offre technique doit être séparée de l'offre financière.

Une offre financière en HTG indiquant le budget global (hors taxes) sollicité pour mener la mission ainsi qu'un détail des prix et tarifs présentés (frais, per diem, transports, etc.) comme l'indique le tableau ci-dessous :

N°	Composante de prix	Durée (Jours)	Prix. Unitaire	Montant
1	Honoraire			
2	Déplacement			
2.1	<i>Carburant</i>			
2.2	<i>Perdiem</i>			
3	Communication			

VII. Lieu de la mission

Le déroulement de la campagne nationale médiatique (*Ouest et son agglomération, Grand Nord, Grand Sud et Boucle Centre-Artibonite*).